

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

**Ida Bagus Gde Indra Wedhana Purba¹
Putu Yadnya²**

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: aristabali@yahoo.com / telp: +62 89 67 84 47 393

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Industri mesti menjaga keselarasan hubungannya dengan masyarakat dengan memperhatikan tanggung jawab sosial (CSR) yang sangat penting bagi kelancaran aktivitas perusahaan. CSR dimaksudkan agar dunia usaha mampu mengurangi dampak buruk yang ditimbulkan perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Penelitian mengenai CSR sudah pernah diteliti dan menunjukkan perbedaan hasil. Observasi ini menguji CSR dan profitabilitas yang dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan dan leverage pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Metode pengambilan contoh yang dilakukan yaitu metode *nonprobability sampling* juga teknik teknik purposive. Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 66 perusahaan. Metode pengambilan data dalam observasi ini adalah metode *observasi non participant*. observasi ini menggunakan analisis jalur dengan hasil ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *leverage*, dan ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*

ABSTRACT

Industry must maintain alignment relation to society by taking into account social responsibility (CSR) which is very important for the company's activities. CSR is intended that the business is able to reduce the negative impact of the company on social and environmental aspects. Research on CSR has been investigated and showed differences in the results. This observation test CSR and profitability are affected by the variable size of the company and leverage the manufacturing company in Indonesia Stock Exchange. Method of sampling is done the method nonprobability purposive sampling techniques also. Based on these criteria obtained a sample of 66 companies. Methods of data collection in this observation is non participant observation method. This observation using path analysis with the results of firm size and leverage positive effect on profitability, size of firm positive effect on leverage, and firm size, leverage, and profitability positive effect on CSR.

.Keywords: *Corporate Social Responsibility* (CSR), firm size, profitability, leverage

PENDAHULUAN

Uraian laporan keuangan adalah dasar penilaian kinerja suatu perusahaan, dan juga melahirkan suatu yang digunakan manajemen untuk membuktikan bentuk kewajiban kinerja dan mengungkapkan informasi keuangan kepada investor, kreditor, karyawan, pemasok, masyarakat, pelanggan, dan pemerintah.

CSR dimaksudkan agar dunia usaha meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh aktivitasnya. Rencana CSR menggambarkan kewajiban industri atas pengembangan relevansi (*stakeholder*), bagian yang terdampak dari eksistensi industri. Konsekuensi dari pergerakan perusahaan tersadar bahwa kerusakan tersebut dapat memberikan keuntungan untuk industri dimasa yang akan datang (Oktariani, 2014). Untuk menjaga keselarasan hubungan antara perusahaan dan masyarakat, perusahaan harus sangat memperhatikan tanggung jawab sosial yang sangat penting bagi kelancaran aktivitas perusahaan.

Penelitian mengenai pengungkapan CSR menunjukkan dampak yang bertentangan. Kumpulan mengenai variabel ukuran perusahaan yang dilakukan Sunarto dan Budi (2005) mengemukakan hasil yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, tetapi penelitian dari Oktariani (2014) hasilnya adalah ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian mengenai variabel *leverage* yang dilakukan oleh Syarif Diansyah (2011) mendapatkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas tetapi ulasan yang dikemukakan oleh Sunarto (2005) memperoleh hasil yaitu *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian

sebelumnya mengenai ukuran perusahaan terhadap *leverage* yang dilakukan oleh Surya dan Rahayuningsih (2012) menyatakan *firm size* adanya pengaruh signifikan terhadap *leverage*. Selanjutnya, untuk hasil penelitian variabel ukuran perusahaan oleh Kamil dalam Herusetya (2012) merujuk pencapaian yaitu ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Oktariani (2014) mendapatkan hasil ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Untuk variabel profitabilitas, hasil yang didapat oleh Rahajeng (2010) mendapatkan hasil profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sosial, sedangkan hasil dari penelitian Kamil dan Herusetya (2012) mendapatkan hasil profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Rujukan untuk variabel *leverage* telah diteliti oleh Meek *et al.*, (1995) dalam Triyanto (2010) mendapatkan hasil *leverage* berpengaruh positif terhadap luas penerapan CSR, sedangkan pengkajian yang diterapkan oleh Putri dan Christiawan (2014) mengemukakan yaitu variabel *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Manajemen mempunyai informasi yang lebih banyak mengenai perspektif perusahaan kelak dibandingkan dengan pemilik, manajemen wajib melaporkan kondisi perusahaan kepada pemilik dalam laporan keuangan. Dipilihnya perusahaan manufaktur sebagai sampel pada penelitian ini dikarenakan dalam aktivitasnya perusahaan manufaktur memerlukan manajemen dengan tingkat efektifitas yang tinggi yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Selain itu, dipilihnya perusahaan manufaktur dikarenakan perusahaan

manufaktur mempunyai dampak lebih besar terhadap lingkungan disekitarnya yang merupakan aspek dari pengungkapan CSR.

Sesuai dalam teori agensi maka perusahaan yang tumbuh mempunyai anggaran agensi cukup besar dan disusul dengan menyatakan informasi lebih banyak pula. Banyaknya informasi yang dipegang oleh calon investor akan mengakibatkan semakin kecilnya tingkat ketidakmenentuan yang ditanggung calon investor itu sendiri mengenai masa depan perusahaan emiten.

Suatu perusahaan jika tingkat profitabilitasnya tinggi akan mengungkapkan informasi lebih luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan sedang dalam kompetisi meyakinkan dan menonjolkan kapasitas perusahaan yang baik pada saat itu (Sudarmadji dan Suharto, 2007 dalam Wardani, 2013).

Struktur modal yang dimiliki perusahaan bisa digambarkan melalui rasio *leverage* ini. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan mengakibatkan adanya pengawasan aktivitas perusahaan yang tinggi yang dilakukan oleh *debtholder*. Dikaitkan dalam teori agensi, dimana manajemen yang memiliki *leverage* cukup tinggi pasti akan meminimalisir perluasan CSR nan dibuat perusahaan tersebut untuk mengalihkan perhatian *debtholder* (Triyanto, 2010).

Konsekuensi dari pergerakan perusahaan tersadar bahwa kerusakan tersebut dapat memberikan keuntungan untuk industri dimasa yang akan datang (Oktariani, 2014). Untuk menjaga keselarasan hubungan antara perusahaan dan masyarakat, perusahaan harus sangat memperhatikan tanggung jawab sosial yang sangat penting bagi kelancaran aktivitas perusahaan.

Berdasarkan paparan sebelumnya, maka dirumuskan masalah yaitu apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dengan *leverage* terhadap pengungkapan CSR ? Maka yang terjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap profitabilitas dan pengungkapan CSR kemudian rujukan ini diharapkan memiliki kegunaan yaitu memberikan tambahan informasi dan pengetahuan kepada pembuat kebijakan perusahaan mengenai pentingnya pengungkapan CSR sehingga dapat mendorong meningkatnya praktek pengungkapan CSR dalam *annual report* mereka.

Jensen Meckling (1976) memilah biaya keagenan ini sebagai biaya pemantauan, biaya ikatan dan kerugian residual. Korelasi keagenan terbentuk jika kedua belah pihak menyepakati kontrak dimana untuk mengerjakan suatu pekerjaan, prinsipal memberikan perintah kepada agen. Untuk situasi seperti ini, terdapat kecenderungan agen berperilaku menguntungkan diri sendiri. Untuk mencegah hal tersebut, prinsipal harus bermodalkan mekanisme pemantauan untuk mengendalikan perilaku agen. Insentif, kompensasi dan melakukan *monitoring* merupakan cara yang bisa digunakan untuk mengendalikan perilaku agen. Biaya untuk keperluan itu dikatakan sebagai biaya keagenan. Manajer termotivasi memberikan agunan untuk prinsipal untuk meminimalisir biaya keagenan yang dinamakan *bonding cost*. *Monitoring cost* dan *bonding cost* telah dilakukan tetapi tetap ada pertentangan antara ketentuan yang dipilih agen dengan ketentuan yang selayaknya memberikan *input* pada prinsipal disebut *residual loss*.

Ukuran perusahaan jika dihubungkan dalam teori agensi maka perusahaan yang tumbuh memiliki biaya yang cukup besar untuk menerangkan informasi penting dalam menekan biaya keagenan. *Size* juga dapat sebagai proksi yang digunakan dalam menjelaskan berbagai pengungkapan laporan tahunan mengenai informasi dari kalangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2007) memiliki hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas dan penelitian yang dilakukan oleh Sunarto dan Prasetyo (2009) juga memiliki hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada Profitabilitas

Besarnya hutang yang digunakan dan pendeknya waktu pelunasan maka akan timbul tanggungan tetap dari suatu perusahaan. Diperhatikan pula manfaat adanya *Loyalitas* sehingga penggunaan dari hutang dapat memajukan aset perusahaan dan akan menambah profitabilitas perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sunarto dan Prasetyo memiliki hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan dan Syarief Dienan Yahya memperoleh hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

H₂: *Leverage* berpengaruh positif pada Profitabilitas

Perusahaan yang tergolong mempunyai ukuran perusahaan yang lebih besar akan cenderung lancar dalam menggunakan pasar modal daripada perusahaan kecil. Perusahaan yang tumbuh lebih lancar memperoleh sumber dana eksternal yang berasal dari utang karena total aktiva sebagai andalan cukup tinggi dan kepercayaan bank juga cukup tinggi. Hal ini juga sependapat oleh Wiliandri

(2011) serta Surya dan Rahayuningsih (2012) yang menyatakan bahwa *firm size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan hutang.

H₃: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Leverage

Firm size akan digunakan sebagai variabel penduga dalam mendeskripsikan bagaimana berbagai pengungkapan laporan tahunan perusahaan, karena sesuai teori agensi, perusahaan yang tumbuh memiliki anggaran keagenan yang cukup besar dalam membongkar informasi yang penting untuk mengurangi anggaran keagenan. Penelitian yang dilakukan oleh Kamil dan Herusetya (2012) dan Rahajeng (2010) memiliki hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

H₄: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Sekiranya Industri memiliki kedudukan *leverage* yang rendah akan mendanai aktivitasnya melalui modal yang dimiliki. Sejalan oleh teori agensi bahwa pengelolaan yang memiliki *leverage* cukup banyak cenderung menyusutkan penerapan CSR yang diciptakan untuk menghindari perhatian *debtholders* Penelitian yang dilakukan oleh Subroto (2003 dalam Triyanto, 2010) dan Purnasiwi (2011) menemukan tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial..

H₅: Leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Hasil interaksi profitabilitas dan pengungkapan CSR menggambarkan pantulan dan akan memberitahu tanggapan sosial agar memberikan keuntungan kepada industri. maka pengungkapan CSR dan lingkungan dapat menjadi strategi

manajemen dalam menurunkan tindakan dan menanggapi keperluan sosial, Penelitian yang dilakukan oleh Oktariani (2014) dan Rahajeng (2010) memiliki hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Jayanti Purnasiwi (2011) memiliki hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H₆: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Penelitian yang mengaplikasikan pendekatan kuantitatif bersifat asosiatif, dimana dapat memberikan gambaran hubungan antar dua variabel atau lebih. Perusahaan Manufaktur adalah lokasi penelitian serta mengaplikasikan profitabilitas dan pengungkapan CSR.

Variabel Pengungkapan CSR memiliki tingkatan variabel endogen dengan menyaring 15 item yang terbagi dalam tiga sub kategori proksi $n(CSR)$, dengan rumus :

$$n(CSR) = \frac{\text{Total jumlah pengungkapan CSR}}{\text{Skor maksimal}}$$

Variabel profitabilitas memiliki posisi sebagai variabel moderator utama. Sesuai dengan penelitian sebelumnya dengan menggunakan proksi *Return On Equity* (ROE), yakni :

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}} \times 100\%$$

Variabel Ukuran Perusahaan memiliki posisi sebagai variabel eksogen yang dengan proksi *FIRM SIZE*, dengan rumus sebagai berikut :

$$FIRM\ SIZE = Ln\ Total\ Aktiva\ perusahaan$$

Variabel *leverage* adalah variabel yang mewakili moderator kedua yang dapat digunakan proksi DER (*Debt to Equity Ratio*), dengan rumus :

$$DER = \frac{Total\ Utang}{total\ Ekuitas} \times 100\%$$

Proses penentuan sampel

Populasi dalam perusahaan Manufaktur berjumlah 132 perusahaan, menggunakan metode *purposive sampling* terpilihlah sejumlah 66 perusahaan dapat ditentukan contoh dalam penelitian ini. Hasil Sumber data didapat dari check list 132 perusahaan yang lolos dari kriteria 15 sub kategori.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis jalur diterapkan dalam penelitian ini, karena memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh secara langsung, pengaruh tidak langsung oleh mediator, dan pengaruh total atau pengaruh secara keseluruhan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan dalam dua tahap memberitahukan dampak terhadap variabel pada pengujian simultan tahap pertama akan menunjukkan secara sekaligus ukuran perusahaan dan *leverage* akan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sebaliknya untuk uji sekaligus tahap berikut akan menunjukkan akan

pengaruh signifikan secara sekaligus antara ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada penelitian ini.

Uji Parsial

Tabel 1
Rekapitulasi *Output* Pengaruh Langsung Model Pertama

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-.102	.134		-.757	.450
	Ukuran pers	.007	.004	.096	2.385	.018
	<i>Leverage</i>	.054	.021	.179	2.553	.011
R Square		= 0,042		F Hitung		= 4,247
Adj R Square		= 0,032		Sig.		= 0.016

Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas

Pada tahap awal, dapat menunjukan ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap profitabilitas (H_1 diterima), Maka variabel ukuran perusahaan adalah dapat digunakan sebagai variabel yang mampu memberikan dampak yang relevan terhadap profitabilitas.

Leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas

Hasil Penelitian dalam pengujian hipotesis tahap kedua, menunjukan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas (H_2 diterima), Maka variabel *leverage* mampu membuktikan bahwa variabel *leverage* yang telah diuji berpengaruh signifikan dapat menjadi variabel utama yang berpengaruh atas profitabilitas.

Tabel 2
Rekapitulasi *Output* Pengaruh Langsung Model Kedua

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-.679	.451		-1.508	.133
Ukuran perusahaan	.003	.013	.014	2.076	.040
R Square	= 0,000		F Hitung	= 0,038	
Adj R Square	= -0.005		Sig.	= 0,846	

Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *leverage*

Hasil pada tahap ketiga, memberikan hasil yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *leverage* (H_3 diterima), adanya pengaruh signifikan pada *leverage* membuktikan dan menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dapat menjadi acuan utama dalam memberikan pengaruh pada *leverage*.

Tabel 3
Rekapitulasi *Output* Pengaruh Langsung Model Ketiga

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	4.683	.967		4.842	.000
Ukuran perusahaan	.103	.034	.200	3.003	.003
<i>Leverage</i>	.548	.155	.239	3.544	.000
Profitabilitas	1.195	.514	.158	2.322	.021
R Square	= 0,144		F Hitung	= 10,837	
Adj R Square	= 0,130		Sig.	= 0,000	

Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR

Pada tabel 3 menunjukan pada tahap ke empat, adanya bukti yang menunjukan ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (H_4 diterima), Dari tabel tiga menunjukkan bahwa jika perusahaan yang sedang tumbuh cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas karena nilai perusahaannya cukup tinggi.

Leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR

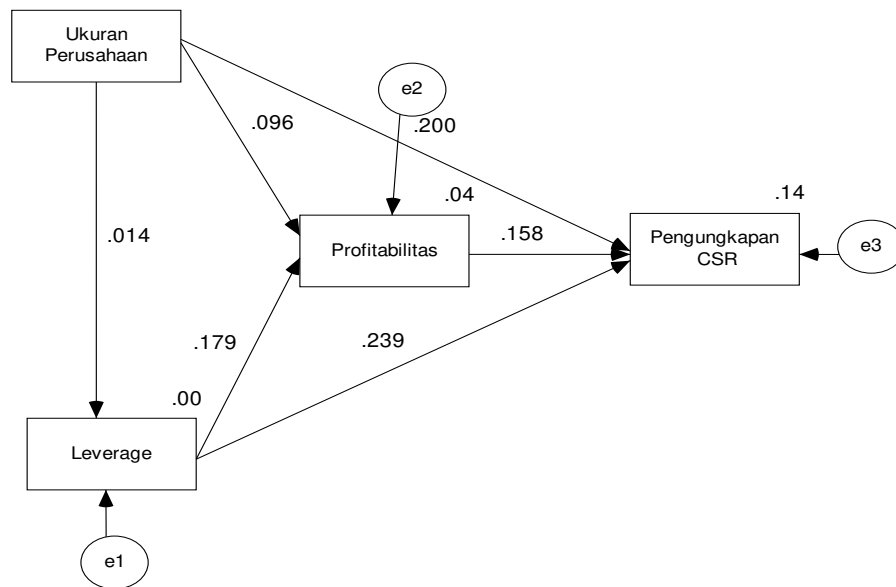
Tahap kelima pada tabel ketiga, adanya pembuktian bahwa *leverage* mampu secara signifikan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (H_5 diterima). Penerapan *leverage* dapat menambah nilai perusahaan dikarenakan adanya perhitungan pajak, yang terjadi akibat pemakaian hutang ditekan, maka menjadikan perusahaan mendapat kemudahan pajak.

Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR

Pada Pengujian terakhir tahap keenam, sekali lagi mampu membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, H_6 diterima, Pengkajian menunjukkan semakin mampu perusahaan menghasilkan laba, keadaan tersebut akan membuat perusahaan mendapat dampak positif dari lingkungan sekitar dalam penerapan CSR.

Uji Validitas Model

Dalam Pengujian ini menerangkan akan berbagai dari pengungkapan CSR, diterangkan dengan contoh tercipta, yakni variabel ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas sejumlah 18,1%, sedangkan sisanya sebesar 81,9% dijelaskan oleh faktor lain diluar model yang dibentuk.



Gambar 1 Kerangka Konseptual yang dibentuk dari Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas dan CSR Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Sumber : Gambar diolah peneliti 2014

SIMPULAN DAN SARAN

Indeks pengungkapan digunakan untuk menentukan pengungkapan tanggung jawab sosial, perusahaan yang dijadikan sampel sebanyak 66 perusahaan selama tahun 2011-2013 dan munculnya kesimpulan berikut.

- 1) Ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap profitabilitas .

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sukses yang memiliki informasi dalam pengungkapan dalam mengurangi biaya keagenan.

- 2) *Leverage* mempengaruhi secara positif terhadap profitabilitas.

Diperhatikan pula manfaat adanya Loyalitas sehingga penggunaan dari hutang dapat memajukan aset perusahaan dan akan menambah profitabilitas perusahaan.

- 3) Ukuran Perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap *leverage*, Perusahaan yang tumbuh lebih lancar memperoleh sumber dana eksternal yang berasal dari utang karena total aktiva sebagai andalan cukup tinggi dan kepercayaan bank juga cukup tinggi
- 4) Ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap penerapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena sesuai teori agensi, perusahaan yang tumbuh memiliki anggaran keagenan yang cukup besar dalam membongkar informasi yang penting untuk mengurangi anggaran keagenan.
- 5) *Leverage* mempengaruhi secara positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan, Sejalan oleh teori agensi bahwa pengelolaan yang memiliki *leverage* cukup banyak cenderung menyusutkan penerapan CSR yang diciptakan untuk menghindari perhatian *debtholders*
- 6) Profitabilitas mempengaruhi secara positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, dikarenakan korelasi profitabilitas dan penerapan CSR membentuk pantulan dan akan memberitahukan diperlukan tanggapan lingkungan agar mendapat laba.

Bagi perusahaan diharapkan dapat menjadi bantuan dalam pengutipan informasi dan bagi observasi selanjutnya. Dari simpulan yang terpapar, peneliti dapat meluruskan saran sebagai berikut.

- 1) Bagi perusahaan agar lebih bijaksana dalam menerapkan CSR maka penerapan tersebut akan memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat disekitar perusahaan.

- 2) Bagi peneliti-peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih menyempurnakan penelitian ini dengan teori-teori yang relevan.
- 3) Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan indikator pengukuran lainnya seperti volume penjualan, *Return on Asset*, *Debt to Total Assets*.
- 4) Pertimbangkan untuk menambah variabel lain yang akan memberi pengaruh pada profitabilitas dan nilai perusahaan

REFERENSI

- Fahrizqi, Anggara. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia). *Skripsi* Sarjana Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jensen, M.C dan W.H. Meekling. 1976 Theory of the Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* Vol 3. No 4. pp: 305-360.
- Kamil, Ahmad dan Antonius Herusetya. 2012. Pengaruh karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Media Riset Akuntansi*. Vol 2, No.1.
- Oktariani. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggung Jawab Lingkungan pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.- *E – Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. h : 402-418.
- Putri, Rafika Anggraini dan Yulius Jogi Christiawan. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi pada Perusahaan-Perusahaan yang Mendapat Penghargaan ISRA dan Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (Bei) 2010-2012). *Jurnal Business Accounting Review*. Vol. 2, No. 1.
- Rahajeng, Rahmi Galuh. 2010. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*sosial disclosure*) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Skripsi* Program Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta). Simposium Nasional Akuntansi 8. Solo
- Triyanto, Eko. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung jawab Sosial (Study Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Tahun 2005-2008). *Skripsi* Program Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Wardani, Nurul Kusuma. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011). *Skripsi* Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.